



● هفته نامه
الکترونیک غیر برخط
● سال اول ● شماره دوم
● ۲۸ اسفند ۱۴۰۰ ●

گردشگری تبادار یزد
رسانه و آداب گردشگری
تولید خشونت نکنیم
جای خالی ارتباطات نوین در گردشگری یزد!



داود پاک طینت

رسانه و آداب گردشگری

سرمقاله

مراکز اقامتی، متولیان مجموعه های دیدنی و فضاهای عمومی و دسته سوم را می توان مدیران تصمیم گیرنده حوزه گردشگری نام برد.

رسانه ها باید برای این سه دسته برنامه داشته باشند و آگاهی های هر دسته، نسبت به وظایفی که دارد را افزایش دهند و طبیعی است افزایش آگاهی و دانش می تواند مسئولیت را باشد و بخش های مختلف را نسبت به وظایفشان حساس کند و آنان را در مقابل رسانه ها و افکار عمومی پاسخگو کند. اگر چنین شود در واقع دو نقش مهم رسانه ها یعنی آموزش و نظارت عمومی آن ها در حوزه گردشگری محقق شده است و به طور طبیعی برکات خاص خود را خواهد داشت و تجربه نشان داده است که تا این سه بخش از صنعت گردشگری، نسبت به وظایف خود آگاه نشود و خود را پاسخگو نداند، این صنعت نمی تواند به رشد و پویایی برسد چرا که این سه بخش در واقع نقش پوششی و تکمیلی بر روی هم دارند که اگر حرکاتشان بهنجار و متناسب باشد این پوشش به هم افزایی می انجامد و در صورت وجود هر نوع اختلالی در یکی از بخش های فوق الذکر، موجب کندی حرکت صنعت گردشگری و هدر رفت منابع می گردد.



برای گردشگری را رعایت کند که رسانه ها موظف هستند در راستای وظیفه آموزشی که بر عهده دارند این مولفه ها را برای جامعه تبیین کنند و نسبت به ترویج آن ها اقدام نمایند و در این مسیر با سه گروه از افراد مواجه هستند. گروه اول افرادی که تمایل به گردشگری دارند و خود را متناسب با درآمد و علایق برای سفر آماده می کنند. گروه دوم میزبانان این گردشگران هستند در واقع صاحبان

آداب هر چیزی در واقع مجموعه ای از هنجارهایی است که در صورت رعایت آن ها می توان با هزینه های کمتر، بهره های بیشتری برد. به عبارتی آداب برای پدیده های مختلف تعریف می شوند تا چالش های پیش روی جامعه هدف را به کمترین مقدار ممکن کاهش و بهره وری را افزایش دهد. آداب گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نیست. یکی از ابزارهای ترویج آداب در هر بخش از جامعه، رسانه ها هستند که می توانند با قابلیت ها و کارکردهایی که دارند نسبت به ترویج آداب آن حوزه اقدام کنند و از جمله این حوزه ها نیز حوزه گردشگری است که رسانه ها می توانند با افزایش آگاهی های عمومی از آداب گردشگری، کارکردهای این پدیده را به بالاترین حد ممکن ارتقا

دهند و زمینه هایی را فراهم کنند تا بخش های مختلف جامعه اعم از اقتصاد، فرهنگ، اجتماع و حتی ورزش و سیاست از این صنعت کمال بهره را ببرند. گردشگری آداب خاص خود را دارد و صرف حرکت یک فرد به سمت یک مکان جدید را نمی توان گردشگری نامید. فرد برای آنکه بتواند خود را در زمره گردشگران قرار دهد و حرکت او یک نوع گردشگری به حساب آید باید مولفه های لازم

جستار اول

معرفی کتاب

احمد رضا فلاح نژاد

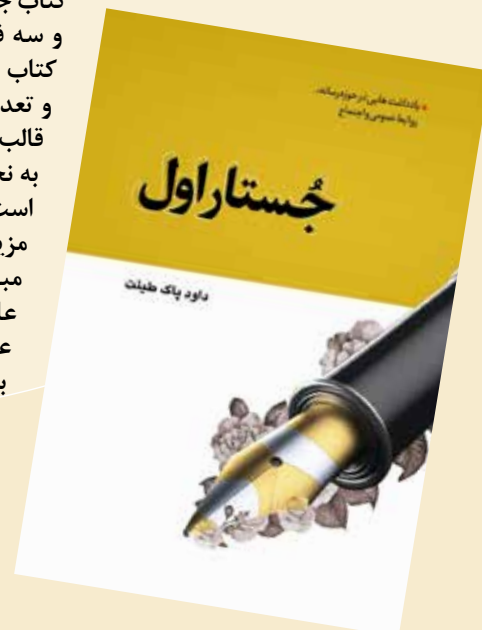


جایگاه و اهمیت و کارکرد خاص خودشان برخوردارند اما تجربه نشان داده است پایگاه های اطلاع رسانی مجازی، به دلیل داشتن هزینه های بالای نگهداری داده ها (هزینه های هنگفت سرورهای پشتیبانی کننده) هر از چند گاهی به منظور آزاد سازی فضاهای ذخیره داده های سایت خود، اقدام به حذف برخی از مطالب قدیمی تر و از نظر خودشان کم اهمیت تر می کنند و همچنین احتمال تغییر سیستم عامل ها و لزوم انجام مهاجرت (که نمونه آن مهاجرت از سیستم عامل DOS به سیستم عامل WINDOWS است) و اینکه در فرآیند مهاجرت که فرآیندی هزینه بر است، تمایلی به انتقال همه داده ها نداشته باشند و مطالب و یادداشت های رسانه ای جزء حذفیات آنان قرار گیرند وجود دارد. لذا کتاب جستار اول به دو دلیل فوق الذکر و دلیل سومی که در معرض نقد قرار گرفتن است با محتوای مجموعه ای از نوشته های سال های ۱۳۷۷ تا ۱۴۰۰ داود پاک طینت گردآوری، تنظیم و منتشر شده است.

که دغدغه های نویسنده در خصوص روابط عمومی ها و چالش های پیش روی این نهاد را مورد بررسی قرار داده است. در فصل سوم نیز یادداشت های رسانه ای با محوریت مباحث اجتماعی درج شده اند و شامل چهل و یک یادداشت با موضوعات اجتماعی روز است و نکته دیگر اینکه تلاش شده تا تمامی مطالب این نوشتار با ذکر تاریخ انتشار، در کتاب درج شوند و از آن جهت اهمیت دارد که خواننده می تواند برای نقد و تحلیل مطالب، فضای اجتماعی زمان نشر مطالب را مد نظر قرار دهد.

نویسنده در پیشگفتار کتاب پرسشی را مطرح می کند که در دنیای امروز با این حجم از وسایل ارتباط جمعی و شبکه های پیام رسان و رسانه های دیجیتال، چه لزومی به انتشار مکتوب مطالب، آن هم در قالب کتاب است؟ و خود نیز در پاسخ می نویسد: شبکه های اجتماعی مجازی و پایگاه های اطلاع رسانی مجازی (سایت های خبری و غیره) هر چند به عنوان ابزارهای مهم ارتباطی و اطلاع رسانی از

کتاب جستار اول دارای یک مقدمه و سه فصل مجزا است. فصل اول کتاب به «رسانه» اختصاص یافته و تعداد بیست و دو مطلب در قالب یادداشت یا سرمقاله، که به نحوی با عرصه رسانه مرتبط است منتشر شده است و در مزیت این فصل می توان گفت: مباحث با پشتوانه و نظریه علمی، با زبانی ساده، برای علاقمندان به حوزه رسانه بیان شده و کاربردی بودن برخی از متن ها در این فصل نیز قابل توجه است. فصل دوم به موضوع روابط عمومی پرداخته است و تعداد شش مطلب نیز در این زمینه ارائه شده است





تولید خشونت نکنیم

به بهانه بازی دو تیم رقیب تهرانی

یادداشت

سعید رفیع زاده



لذا بشر امروز با ماشینی شدن همه چیز و راحتی زاید الوصف در زندگی مصرف گرای خانگی شهری، به منبعی از هیجان سرگرم کننده نیازمند است. گو این مهم که اینجای کار را رسانه خوب می داند. رسانه های تصویری غرب و شرق در همین راستا حد زیادی از این ظرفیت نهفته تکاملی انسانی را به سمت مسایل جنسی سوق می دهند و فضای باقی مانده را با هیجانات عمدتاً خشونت محور پر می کنند. حال از سویی، در چنین فضای رسانه ایست که ما زیر پرچم نه شرقی نه غربی زندگی می کنیم. اگر خود طبق شعارمان جوشش رسانه ای نکنیم، بهره ای چندان گرانبها در سبد رسانه غرب و شرق برایمان از پیش مهیا نشده است. از سویی دیگر، فرهنگ امروز ما نیازمند درمانی است که بدون کمک رسانه ناممکن به نظر می رسد. بیماری هایی چون خشونت اجتماعی! چنانکه که در نقد فیلم فرهادی بیان شد، لبخندهای رضایت آمیز اهل بازار به رحیم خشونت ورزیده، جزئی از فرهنگ ماست و باید ریشه آن را بیابیم اگر به فکر اصلاح آن هستیم.

فوتبال در این فضا می تواند هم درد باشد و هم درمان. چیزی که می بینیم، رسانه ایست که با آن همه ظرفیت و آن هم در هفته ی آخر سال، با خشونت ورزی بین دو رنگ آبی و قرمز صرفاً

شهر آورد تهران تنور صحبت ها در مورد فوتبال را داغ کرده است و فضا مجالی داده تا به بیان نکته ای حیاتی بپردازیم. بگذارید با موتور پیش برنده همه چیز شروع کنم، اقتصاد! بیان شرایط امروز فوتبال کشور از زبان اقتصاد، ساده است. تنور را به هر قیمتی داغ تر می خواستند و شاید می خواهند تا بتوانند به قیمت گران تری دو تیم مشهور پایتخت نشین را بفروشند و رسانه را در اختیار دارند تا به طبل بکوبند. به هر قیمتی! با بدترین بیانی بازی ها و تندترین خشونت ها در قلم ها، احکام ظالمانه می کنند و قربانی، مردمی هستند که در دامان پهن این خشونت ها که شعله گرفته، می سوزند. مردمی که با فحاشی های استادیوم گوشه ای از همین خشونت ایجاد شده را فریاد می زنند.

شاید کمی جای بحث باشد اما به نظر بنده مساله تا حد زیادی از روند تکاملی ما در طول سالیان می آید. به بیان دیگر، انسان شکارچی را تصور کنید که چگونه با چندین تجربه نزدیک مرگ در طول زندگی مواجه بوده و چه احساساتی از ترس و هیجان را تجربه کرده است. انسان امروز تا حد زیادی همان انسان با همان ظرفیت هاست. صرفاً با این تفاوت که امروز قادر است لختی بیاندیشد و درباره ریشه رفتارهایش به نتیجه ای برسد.

حضور آنها در برخی بازی های بعدی فضا کاملاً داشت مسیر همچون فوتبال شدن را پیش می گرفت و خشونت ذاتی با ریشه هایی که صحبتش را کردیم دو مرتبه داشت پاهایش را آنجا محکم می کرد. باید همه با هم خواهان توقف سریع این روند خشونت ها باشیم. باید همواره در پی راهی در حداکثر کیفیت فنی فوتبال و با شعار نه به خشونت، برگزار کنیم و بتوانیم با همسر و فرزندان کوچک و بزرگمان به استادیوم ورزشی برویم و از تماشای یک بازی با کیفیت لذت ببریم. آنگاه استادیوم فوتبال به جای محلی برای نمایش درد های اجتماعی مان، به مکانی درمانگر و تجمعی برای آسایش و سرگرمی خانواده تبدیل خواهد شد.

برای هدف کوتاه مدت اقتصادی، در بلند مدت، به آسیب اجتماعی تن می دهد. آسیب هایی مثل خشونت به حدی که چون بادی از الفاظ رکیک استادیوم را در می نوردد و آن را برای حضور بانوان این مرز و بوم نا امن می کند. گو اینکه، حد زیادی از این خشونت لفظی به سبب تک جنسیتی شدن استادیوم بوده و امید می رود با حضور زنان در شمار زیاد در استادیوم ها، روند این بیماری فرهنگی تغییر کند. شاهد مساله حاضر، حضور بانوان در مسابقات والیبال در مجموعه آزادی در اولین بازی های تیم ملی بود که فضای کاملاً خانوادگی و عاری از خشونت را به همراه داشت و با تصمیم غلط منع

گردشگری تب دار یزد

یادداشت

دکتر امیر ترقی نژاد



استانی باید بسمت درمان این زخم کهن در شهری باشد که برند میراث جهانی به دوش می کشد تا شاید رقمی بماند برای زنده ماندن و حفظ برند جهانی. زیرساخت های زمینی، ریلی و هوایی یزد از یک سو و معرفی و تبلیغ پتانسیل و محیط های بکر گردشگری یزد دو نیاز اصلی ما در گردشگری است که متأسفانه در طی این سالها نتوانسته ایم آنطور که شاید و باید به آن توجه جدی داشته باشیم اما حالا که زمزمه هایی آهسته در دفاع از گردشگری برخاسته شده باید آنرا تحویل بگیریم و با صدایی بلند رساتر آن را مطالبه کنیم. وقت نیست شهر میراث جهانی بیش از این نیازمند حمایت است تا حال گردشگری در آن خوب شود.

باشد بی شک با وجود کرونا نیز گردشگری یزد دوباره جانی دوباره خواهد گرفت! زیرساخت های گردشگری یزد به گفته صاحب نظران این حوزه با مشکلات عدیده ای مواجه است که بعضاً خیلی سرسری از کنار آن دولتمردان عبور می کنند ولی وقتی گردشگران با آن مواجه می شوند خاطره ای جزء تلخی ذهن آنها را یاری نمی کند. پیکره محیط های گردشگری اعم از آثار تاریخی تا مکانهای رفاهی با زخمی عمیق که بعضاً حالا هم این زخم برایشان تاریخی شده مواجه شده است برای همین وقتی دیگر رقبا مثل شیراز و اصفهان هستند دیگر چه نیازی به ماندن گردشگر در یزد است! به نظر می رسد در حال حاضر همه دغدغه های

حال گردشگری یزد خوب نیست. این موضوع از دید برخی کارشناسان این حوزه از چند جنبه قابل بررسی و تامل است. اول اینکه قبل از کرونا بدنه نیمه جان گردشگری بواسطه عدم برخی زیر ساخت ها چنان بیمار بود که روز به روز گردشگران را به یزد نا امید می کرد و حالا هم که ویروس کرونا سر تا پای این گردشگری را چنان تضعیف کرده است که به قولی باید شانس آورد که دوباره احیاء و زنده شود. حال سوال این است که چقدر می توان به این حوزه آن هم در شهر جهانی یزد امیدوار بود؟ هتلداران امیدوارند و از همه مهمتر لیدرهای گردشگری، اما آنها هم انتظار دارند که زیر ساخت ها اگر فراهم شود و دولت عزم جدی برای رفع موانع زیر ساخت ها داشته



رضا نیک منش



جای خالی ارتباطات نوین در گردشگری یزد!

یادداشت

فاطمه شریفی



گردشگران برقرار کند.
متولیان حوزه گردشگری یزد برنامه‌هایی محدود و حرکت‌هایی مقطعی در این زمینه را آغاز کرده‌اند اما این موضوع نیازمند هم‌افزایی و مدیریتی یکپارچه از سوی دستگاه‌های اجرایی تخصصی و موثر و از دیگر سو کنشگران حوزه گردشگری است.

برنامه و نقشه راهی مشخص که ظرفیت‌های گردشگری را به عناصر موثر و پیش‌ران پیوند زده و جریان گردشگری یزد را به قطار پر سرعت ارتباطات نوین برساند تا علاوه بر جبران عقب‌ماندگی‌ها بتواند مسیری پایدار از رشد و پویایی در این زمینه را نیز رقم بزند.

تجربه‌های موفق دنیا در این حوزه نشان می‌دهد که ظرفیت‌های نوین و شبکه‌سازی ارتباطی می‌تواند علاوه بر ایجاد پیوند اثربخش میان زنجیره‌های فعال در حوزه گردشگری مهم‌ترین عنصر یعنی ارائه خدمات به گردشگران را در دو بعد کمی و کیفی به شکل چشمگیری بهبود و ارتقا بخشد.

امید است با توجه به دیدگاه‌ها و پیشنهادات اندیشه‌ورزان تخصصی در حوزه گردشگری، جامعه‌شناسی، مدیریت، ارتباطات‌شناسی و فعالان عرصه دانش و فناوری؛ استان یزد بتواند برای طراحی مدلی منسجم در راستای رشد شاخص‌های مختلف گردشگری با بهره‌گیری از ظرفیت‌های نوین ارتباطی تحولی ماندگار در این صنعت سبز را تجربه کند و جامعه محلی نیز از اثرات مثبت آن بهره‌مند شوند.



ورسته کاری دیگری نیست.
از این رو استان یزد با ظرفیت‌های متنوع و جاذبه‌های متعدد در زمینه گردشگری به ویژه ثبت یزد به عنوان میراث جهانی از این ثروت ارزشمند و چندجانبه در مسیر توسعه بهره‌مند است، ثروتی که توجه به آن می‌تواند ارزش‌های نهفته و توانمندی‌های متعدد در بخش‌های دیگر را نیز فعال سازد.

موضوعی که در این میان لازم به توجه است اینکه یزد چه جایگاهی در بهره‌مندی از ارتباطات نوین برای سرعت بخشی به ابعاد مختلف گردشگری دارد و چه میزان توانسته است در مولفه‌های اساسی پیوند فناوری و نوآوری‌های ارتباطی را به بدنه اجرایی گردشگری به ویژه در معرفی و ارائه خدمات به

امروزه به واسطه گسترش روز افزون و برگشت ناپذیر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و با ایجاد مولفه‌هایی همچون شاهره‌های اطلاعات، حذف مرز صنایع، تنوع محصولات و روش‌های نوین توزیع و ارائه خدمات، کانال‌های جدید تبلیغ و فرصت‌ها و مدل‌های تجاری جدید، کنشگران موثر بر جریان گردشگری در دنیا سعی بر استفاده از این فرصت‌های به وجود آمده مبتنی بر فناوری و نوآوری دارند.

صنعت گردشگری به عنوان یکی از صنایع پردرآمد، پاک و کم هزینه در دنیا با بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی در جایگاه یکی از کلیدهای اصلی توسعه می‌تواند با هدف برآورده ساختن بهتر و

سریع‌تر نیازهای گردشگران به منظور ایجاد رضایت بیشتر آن‌ها با امکانات فناورانه و دیجیتال در به نمایش گذاشتن و معرفی ظرفیت‌ها و توانایی‌های کشور میزبان به گردشگران خارجی و همچنین سهولت در ارائه خدمات از سوی بخش‌های مختلف در زنجیره تامین و توزیع گردشگری به شکلی کارآمد ایفای نقشی پایدار داشته باشد.

در مولفه‌های روز دنیا گردشگری به عنوان یکی از صنایع بسیار مهم در توسعه فرهنگ‌ها و ارتباطات بین المللی، نقش ممتازی در استقرار صلح و آرامش در جهان ایفا کرده است و از سوی دیگر ارزش استراتژیکی که گردشگری می‌تواند در ساختار کشورها به ارمغان بیاورد قابل مقایسه با هیچ صنعت

خاتون سرای مبارکه تفت

محلی مناسب برای مراسم تولد

و دورهمی های فامیلی کوچک

تلفن رزرو:

۰۹۱۳۱۵۸۶۶۳۱ - ۰۹۱۳۹۵۱۱۳۴۳

